



UNIVERSITÀ DEL SALENTO

RIPARTIZIONE DIDATTICA
AREA POST LAUREA
UFFICIO CAREER SERVICE



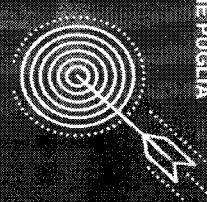
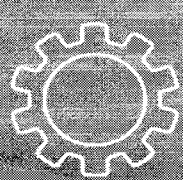
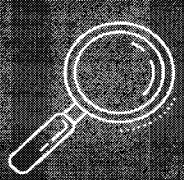
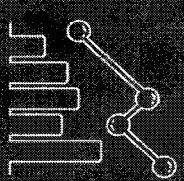
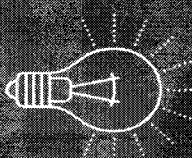
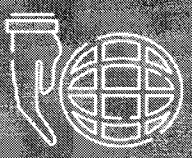
UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo



MINISTERO DEL LAVORO
DELLA SALUTE E DELLE POLITICHE SOCIALI
Direzione Generale per le Politiche
per l'Orientamento e la Formazione



REGIONE PUGLIA



Contatti

Ufficio Career service:

0832.299214/299239/299237/299203

ufficio.career.service@unisalento.it

Indirizzo Fb: Job Placement - Università del Salento



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



Il progetto Best Placement Unisalento Principali risultati e prime valutazioni

Angelo Salento

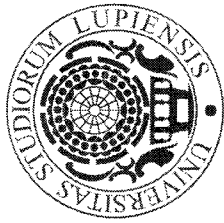
Referente del Rettore per il Job Placement

In collaborazione con Ufficio Career Service

Progetto

Best Placement Unisalento

CUP F82C17000390008



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



Questioni e aree d'azione implicate nel rapporto Università - lavoro:

- orientamento in entrata
- didattica
- consulenza per studenti e laureati
- orientamento in uscita
- relazioni e networking con imprese per transizione
università-lavoro

Area di intervento BPU



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



settima edizione



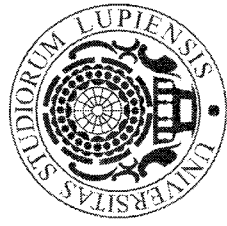
L'obiettivo del progetto BPU

Passare da un approccio di job placement come mera consulenza/orientamento per lo studente/laureato a un JP come rete di rapporti con imprese di ogni settore e localizzazione (con focus specifico sul territorio).

Questo allo scopo di:

- migliorare la qualità del *matching* (che in Italia e soprattutto nel Sud è soprattutto informale);
- garantire pari opportunità di *matching* a tutti gli studenti, a prescindere dal capitale sociale delle famiglie;
- incrementare non soltanto l'astratta occupabilità dei laureati, ma anche l'effettiva occupazione;
- promuovere l'ingresso di personale ad alta qualificazione nel tessuto produttivo locale, per migliorare le performance delle aziende e quindi incrementare (sia pur marginalmente) la domanda di lavoro qualificato.

In questa prospettiva, il *job placement* cessa di essere soltanto una questione "interna" dell'Università e diventa una sfida pubblica.



UNIVERSITÀ
DEL SALENTO



Gli strumenti

- lo strumento principale è la **Settimana del lavoro**, già inaugurata prima dell'avvio del progetto, migliorandone progressivamente qualità e visibilità, anche attraverso il rafforzamento dello *scouting* di imprese
- **attività accessorie**: servizi di **tutorato** per studenti e imprese, **consulenza** per studenti/laureati.



UNIVERSITÀ
DEL SALENTO



I principali riscontri

- Complessivamente, **7 edizioni** della Settimana del Lavoro in due anni (da novembre 2016). Solo la prima è stata svolta indipendentemente dal progetto BPU.
- Delle 7 edizioni, **2** sono state “**speciali**”, ovvero dedicate a settori e questioni specifici (una su *impresa sociale e innovazione*, una su *agricoltura, enologia e turismo*).
- **Partecipazione di imprese:**
 - Alle edizioni “**full**”: da **30** nella prima edizione a **63** nella settimana (con progressiva selezione dei partners più affidabili)
 - Alle edizioni **speciali**: circa **20** in entrambe.

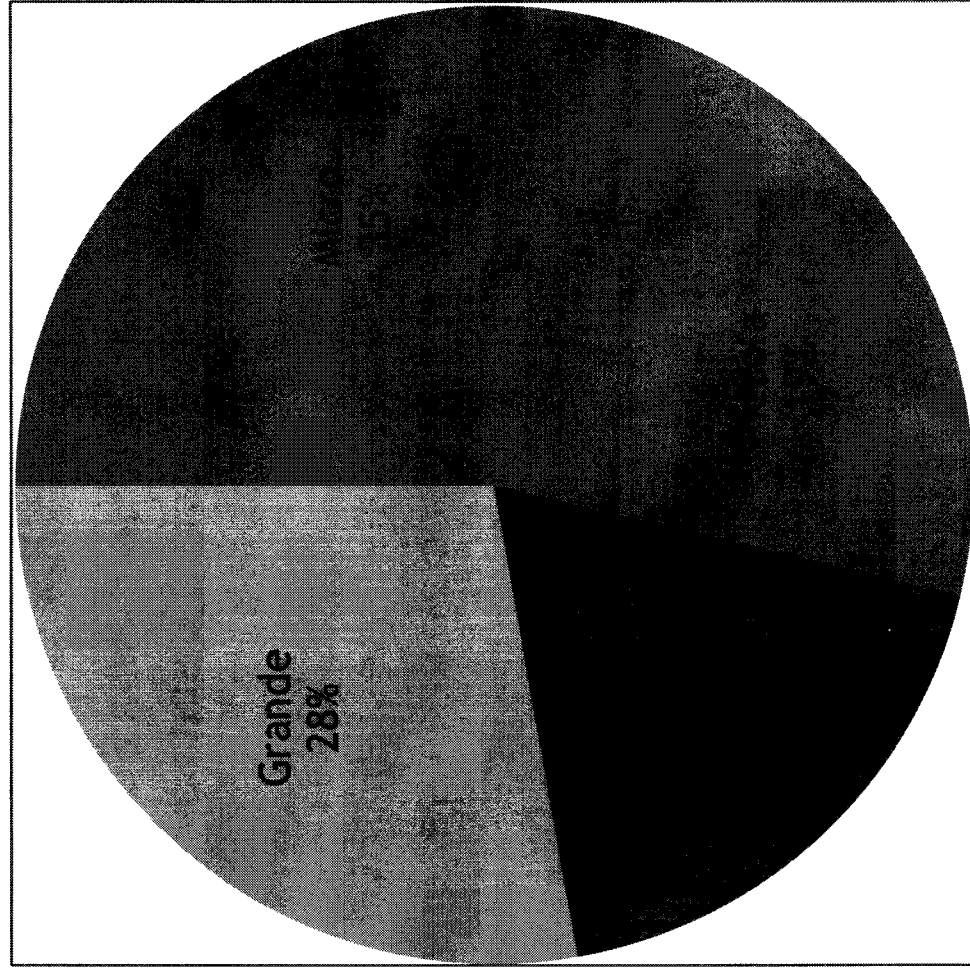


**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



Le dimensioni delle imprese

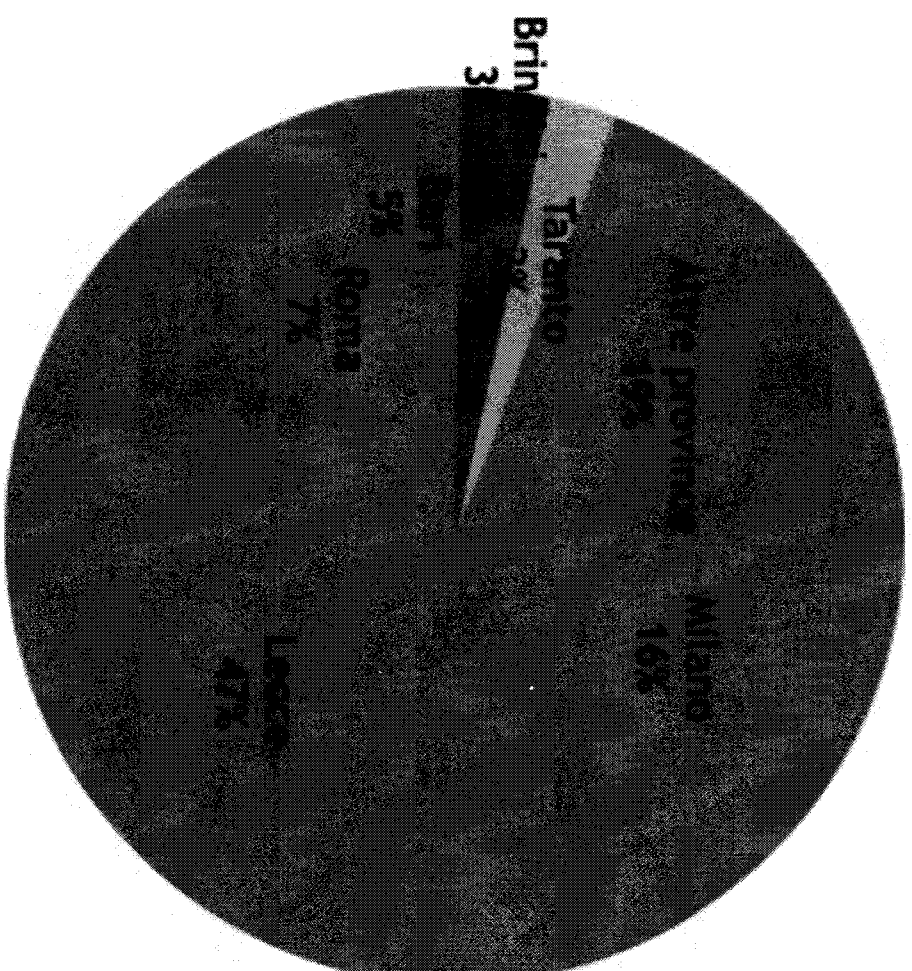
Grande: 250> dipendenti
Media: 50-249 dipendenti
Piccola: 10-49 dipendenti
Micro: 1-9 dipendenti

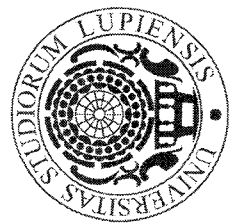




**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

Distribuzione territoriale (per sede legale)

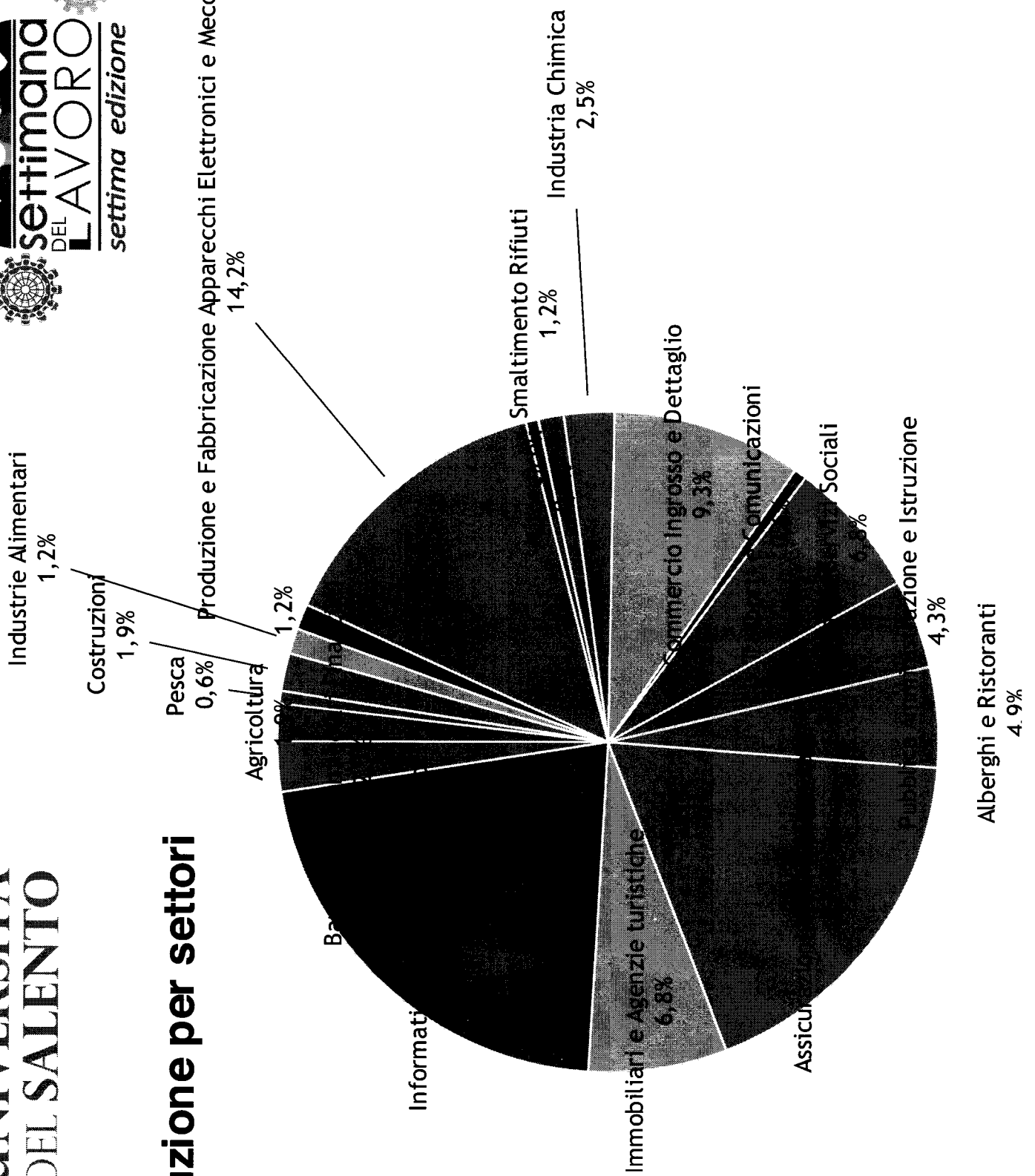




UNIVERSITÀ
DEL SALENTO



Distribuzione per settori





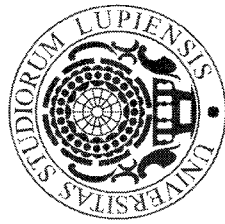
UNIVERSITÀ
DEL SALENTO



La partecipazione degli studenti e dei laureati

- Nelle edizioni **full**: mediamente **1.000** presenze
- Nelle edizioni **speciali**: **500** presenze medie

In **totale** in 6 edizioni **circa 5.000** presenze



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



Gli incontri di approfondimento

**In 7 edizioni, 10 tavole rotonde e seminari
su mercato del lavoro, nuove professioni, transizione Università-lavoro**

Fra i relatori ospiti (esterni):

Giancarlo Tanucci (Delegato Placement Università Bari)
Giovanni Masino (Delegato Placement Ferrara).
Tommaso Cumbo (Italia Lavoro)
Giancarlo Negro (Presidente Confindustria Lecce)
Pantaleo Piccinno (Presidente Coldiretti Lecce)
Cosimo Pellè (Segretario API CLAAI Lecce)
Antonio Lezzi (Presidente Ordine Consulenti Lavoro Lecce)
Roberto Fatano (Presidente LAICA Lecce)
Giorgio Costa (Presidente Ordine Commercialisti Lecce)
Teresa Bellanova (Vice Ministro Sviluppo Economico)
Carmelo Barbagallo (Segretario Nazionale UIL)
Maurizio Del Conte (Presidente ANPAL)

Sebastiano Leo (Assessore Regione Puglia),
Salvatore Negro (Assessore Regionale Welfare)
Vincenzo Nicoli (Dirigente Uff. Scolastico Territoriale),
Pietro Siciliano (Presidente INNOVAAL).
Giuseppe Guerini (Presidente Confcooperative-Federsolidarietà)
Paolo Venturi (Direttore AICCON Bologna)
Carlo Salvemini (Sindaco Lecce)
Gianna Fracassi (Segreteria Nazionale CGIL)
Vincenzo D'Anna (Presidente Ordine nazionale Biologi)
Vito Bruno (Direttore Generale ARPA Puglia)
Paolo D'Ambrosio (Direttore Area Marina Protetta Porto Cesareo)
Carmelo Rollo (Presidente LegaCoop Puglia)
Pasquale Ferrante (Direttore Legacoop Puglia)
Raffaella Rumiati (Vicepresidente ANVUR)
Fausto Durante (Resp.le Politiche Europee e Int.li CGIL)



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

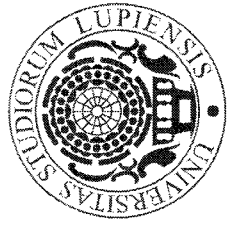


Career Lab

- In ogni edizione della Settimana del Lavoro si è svolto un career lab (presenti mediamente 120/150 studenti)
- Inoltre, 8 career lab di Dipartimento.

Sono intervenuti:

- specialisti di psicologia del lavoro
- responsabili di reclutamento e risorse umane di imprese ed enti
- ex-studentesse/studenti con carriere esemplari



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



Comunicazione e visibilità

- Ogni edizione accompagnata da una campagna di comunicazione interna ed esterna (mass-mailing; manifesti, locandine e brochures; comunicati stampa);
- Buon livello di attenzione dei media del territorio
- Piattaforma di prenotazione per i partecipanti nel portale di Ateneo
- Realizzazione di interviste ai partecipanti
- Uno spot promozionale (60 sec)



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**



settimana edizione



Alcune conclusioni

Obiettivi raggiunti

- Incremento del volume del matching formale (quindi delle opportunità per studenti e laureati);
- Accresciuta attenzione degli studenti alle dinamiche dell'incontro con il mondo del lavoro;
- Avvicinamento delle imprese del territorio all'Università;
- Aumento della visibilità della funzione placement e dell'Ufficio Career Service, e impatto positivo sull'organizzazione e sul commitment dell'Ufficio;
- Opportunità di selezione diretta offerta alle imprese;
- Tematizzazione delle questioni del mercato del lavoro e del rapporto università/lavoro nel contesto territoriale.

Obiettivi (sinora) mancati

- Scarso continuità della relazione con le imprese (scarso follow-up, scarsa propensione a servizi di tutoraggio), legata alla tendenza delle grandi imprese a far da sé e all'iniziale debolezza del rapporto con le imprese del territorio;
- Tendenza delle imprese a interpretare la Settimana del Lavoro perlopiù come un'occasione di reclutamento, riservandosi piena discrezionalità per il seguito.

